

CANARIAS7

Domingo, 22 de mayo de 2022

SUPLEMENTO ESPECIAL

El sueño que lo cambió todo (para bien)

Maspalomas Costa Canaria. Sesenta años han pasado del concurso internacional de ideas que promovió el Condado de la Vega Grande de Guadalupe y que dio pie al desarrollo turístico del sur de Gran Canaria





El concurso que aún sirve de ejemplo

La iniciativa de Alejandro del Castillo en 1961 fue para muchos una idea alocada: lo cierto es que todavía se estudia en escuelas de arquitectura y urbanismo como un ejemplo de cómo combinar el desarrollo con la protección medioambiental. Aunque no se materializó el proyecto ganador, el concurso fue clave en la historia económica de la isla

CANARIAS7

1 ¿Qué fue exactamente el concurso de ideas Maspalomas Costa Canaria?

Un concurso de ideas en torno al desarrollo turístico del sur de Gran Canaria, centrado en el municipio de San Bartolomé de Tirajana. Lo promovió el Condado de la Vega Grande, propietario de unos terrenos que, aparte de las parcelas destinadas al cultivo hortofrutícola, eran en su mayoría un erial, con playas espectaculares pero de difícil acceso y casi sin servicios.

2 ¿Cómo se articuló el concurso?

Las bases se hicieron de acuerdo con el Reglamento de Concursos Internacionales de Arquitectura y Urbanismo de la Unión Internacional de Arquitectos (U.I.A.), con sede en París, y con el aval del Consejo Superior de Arquitectos de España. El 1 de diciembre de 1961 expiraba el plazo de presentación.

3 ¿Cuántos proyectos se presentaron?

Nada menos que 141 proyectos procedentes de 24 países. De todos ellos, procedían de España, con 30; 25 de Francia; 20 de Polonia; 8 de Holanda y la misma cantidad de Alemania. Llegaron también proyectos de Japón Suiza, Italia, Portugal, Bélgica, Reino Unido, Suecia, Estados Unidos, Turquía, Canadá, Yugoslavia, Dinamarca, Israel, Argelia, Uruguay, México, Argentina, Mónaco y Finlandia.

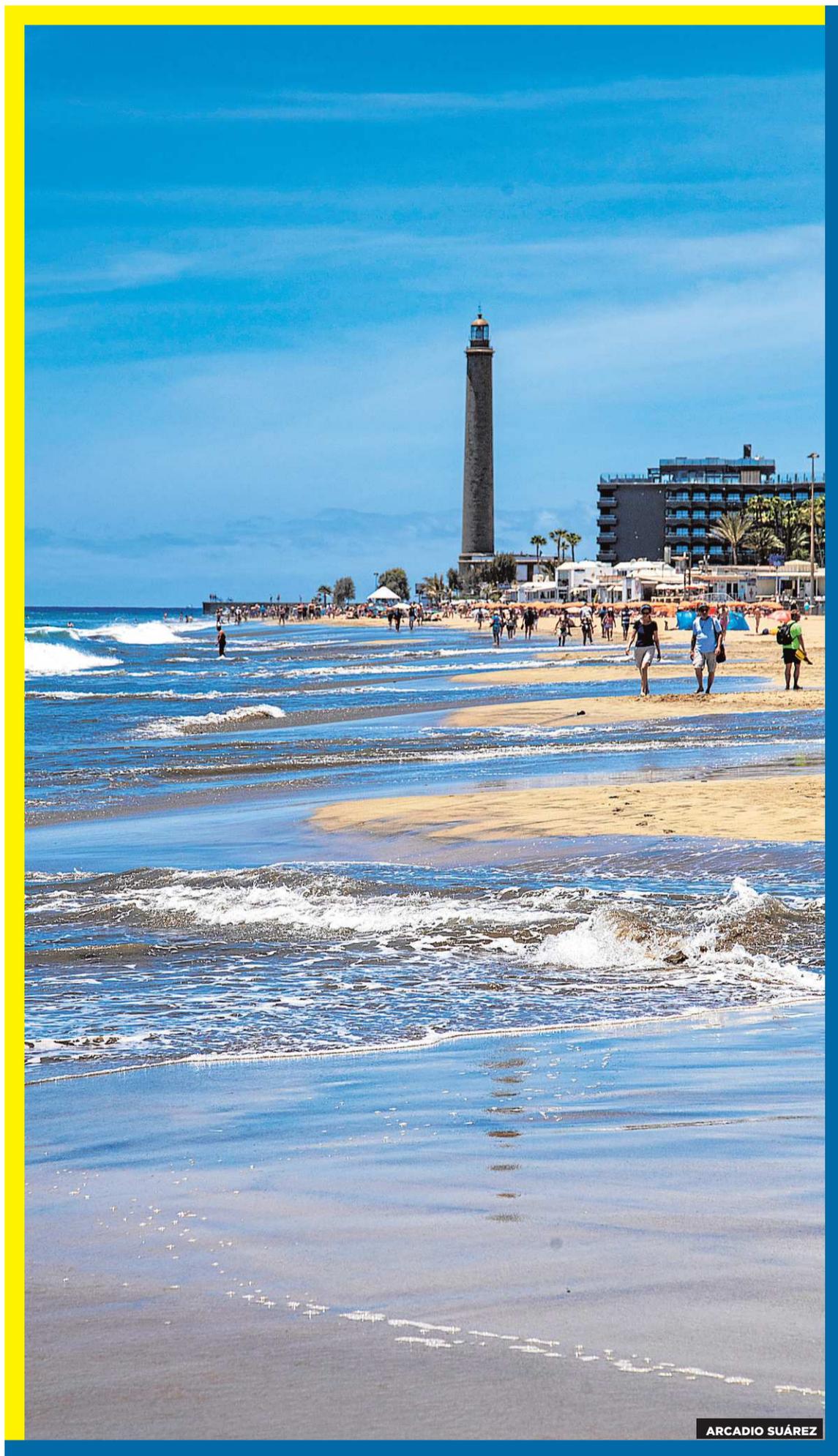
4 ¿Quiénes integraron el jurado?

Eran profesionales de reconoci-

do prestigio, con proyección internacional: J.H. Van den Broek, decano de la Universidad Tecnológica de Arquitectura de Delft, en Holanda, que fue el presidente; Luis Blanco Soler, decano-presidente del Colegio de Arquitectos de Madrid; Antonio Perpiñá Sebría, catedrático de Urbanismo de la Escuela superior de Arquitectura de Madrid; Manuel de la Peña, arquitecto del Instituto Nacional de la Vivienda de Las Palmas, que era además colaborador técnico del Conde de la Vega Grande del Guadalupe y que después fue determinante en el desarrollo turístico del sur; Franco Albini, catedrático de Arquitectura del Instituto Universitaria de Venecia; y Pierre Vagó, secretario general de la Unión Internacional de Arquitectos (U.I.A.) y director de estudios de cinco escuelas de Arquitectura en Bélgica. El jurado dejó fuera a 60 proyectos al entender que no se ajustaban a las bases. Buena parte de los excluidos proponían edificaciones en las Dunas de Maspalomas.

5 ¿Cuál fue el veredicto del jurado?

El primer premio fue para el estudio de arquitectos franceses Société pour l'Etude Technique d'Amenagements Planifiés (SETAP). Estaba integrado por Guy Lagneau, Michel Weill y Jean Dimitrijevic, arquitectos urbanistas. René Bartholieu, arquitecto; Philippe Cennet, economista; Ivan Seifert, arquitecto-ingeniero; Lucien Varinay, ingeniero y Jean David, jefe de maquetas. Ese primer premio incluía 6.000 metros cuadrados de terreno en la zona residencial; 300.000 pesetas; viaje de ida y vuelta y estancia en la isla durante un mes. Quedó desierto el segundo premio y se acordaron dos terceros premios: un equipo de arquitectos belgas y otro francés. Ambos recibían 3.000 metros cuadrados de terreno; 100.000 pesetas en metálico, viaje y estancia durante 15 días.



ARCADIO SUÁREZ

6 ¿Se llevó a la práctica el proyecto ganador?

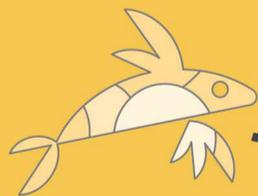
No, en gran parte por la dificultad de su encaje en la norma-

tiva y el coste real, así como de decisiones posteriores de ámbito administrativo. Pero buena parte de sus ideas se pusieron en desarrollo y muchas de ellas por un arquitecto muy implicado en el proyecto, como fue Manuel de la Peña. Maspalo-

mas Costa Canaria sirvió en gran medida para poner a la isla en el contexto internacional, despertó el interés no solo de los profesionales de la arquitectura, sino del negocio turístico, que descubrió el potencial de la isla.



**QUÉ BIEN SIENTA CANARIAS
CON TODITO INCLUIDO**



Abora

by LOPESAN HOTELS

Promoción válida hasta el 30 de mayo para estancias desde el 16 de mayo de 2022 hasta el 30 de octubre de 2022. Sujeto a disponibilidad. Ver condiciones en [lopesan.com](https://www.lopesan.com)





Fernando del Castillo y Benítez de Lugo, presidente del Centro de Iniciativas y Turismo de Gran Canaria. JUAN CARLOS ALONSO

«El sector turístico canario tiene aún mucho recorrido»

Fernando del Castillo y Benítez de Lugo Presidente del CIT

«Los políticos de altas miras no se dejan dominar por un puñado de votos y deben actuar en coherencia con lo que preconizan»

RAFAEL FALCÓN

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. Fernando del Castillo y Benítez de Lugo es miembro de la familia Condal y una voz autorizada para hablar de los 60 años del proyecto Maspalomas Costa Canaria. Con el presidente del Centro de Iniciativas y Turismo, empresario y promotor turístico hemos querido analizar la actividad turística de Gran Canaria.

–Se cumplen 60 años de Maspalomas Costa Canaria. Como miembro de la Familia Condal, ¿qué balance hace de aquella iniciativa, que fue el pistoletazo de salida del desarrollo turístico de la isla? –El proyecto Maspalomas Costa Canaria fue la gran apuesta empresarial de mi familia para el desarrollo turístico y económico de toda Gran Canaria en los años 60. A través del concurso internacional de igual nombre se sentaron las bases para una planificación

urbanística y turística que incluía el frente de litoral costero más apropiado para este uso, desde San Agustín hasta Arguineguín. Esta operación suponía un gran riesgo económico debido al elevado compromiso de inversión que conllevaba, pero a pesar de ello, repitiendo el mismo espíritu emprendedor de otros ciclos económicos e históricos vividos, mi familia, como amantes de nuestra isla, siempre se implicó en el desarrollo de Gran Canaria poniendo nuestras propiedades costeras para este fin. Empezamos de cero, poniendo toda la infraestructura necesaria: agua, luz, carreteras, saneamiento, depuradoras, desaladoras, etc, financiándola con capital propio, por un beneficio particular claro está, pero también contribuyendo al interés general mediante una inversión participativa a través de la cual miles de familias canarias también se repartieron las plusvalías y riqueza que iba generando la actividad turística. Con ello se consiguió crear el emporio turístico que significa hoy este atractivo lugar, motor de la economía de Gran Canaria, un destino internacional competitivo muy reconocido y

LAS FRASES

60 AÑOS

«El proyecto Maspalomas Costa Canaria fue la gran apuesta empresarial de mi familia»

CEMENTERA EN EL PAJAR

«A día de hoy, esa actividad industrial portuaria en esa ubicación ya no se sostiene»

valorado económicamente en muchos países de nuestro entorno, del que viven y trabajan actualmente miles de paisanos y extranjeros, incluso desde sus países de origen. Es inmensa la cantidad de riqueza que se ha creado. Estamos muy orgullosos de Maspalomas.

–Frente a quienes critican el desarrollo turístico, ¿cree que el balance de estos 60 años es más positivo que negativo?

–Criticar el desarrollo turístico creado y lo que representa hoy Maspalomas a nivel mundial desde un ángulo simplista es pura demagogia o más bien ignorancia. Claro que el balance es positivo en todos los sentidos. No sería justo criticar el desarrollo conseguido desde nuestro actual conocimiento que engloba renovados estándares paisajísticos, sostenibilidad medioambiental, nuevas tecnologías de construcción, energéticas, digitales y, sobre todo, años de estudio académico y evolución sobre el comportamiento y las necesidades de la demanda turística, las coyunturas sobrevenidas del cambio climático, etc. Siempre hay espacio para una crítica constructiva contextualizando en el tiempo todo lo anterior, aspirando en cada momento a mejorar nuestro modelo turístico en términos evolutivos hacia el camino de la excelencia. El turismo es algo dinámico, una ciencia compleja en constante cambio y la cual requiere disponer de toda la información actualizada de su demanda para implementar acciones inteligentes de productos y servicios innovadores como resultado de un análisis estratégico continuo, bien asesorado por expertos, tanto para el ámbito del sector como para cada una de nuestras propias empresas. Esta es la perspectiva desde la cual debemos tomar decisiones para garantizar la mejora continua de nuestro sector turístico. Oír a los estudiosos, a los empresarios, formar a nuestros trabajadores, requalificar y diversificar nuestra oferta. Quedarse atrás rezagado

no nos lleva sino a la pérdida de competitividad.

–La pandemia nos enseñó lo que significa estar con turismo cero. ¿Ve alternativa a una economía dependiente del turismo?

–Lo más valioso que hemos aprendido de esta pandemia es el conocimiento obtenido para ser capaces de vencer otras amenazas similares a las que podremos enfrentarnos muchísimo mejor preparados. Tal vez el turismo cero no será, después de la curva de aprendizaje adquirida por toda la población, por todos los negocios, por todos los gobiernos, por las instituciones sanitarias, etc. La pandemia nos ha sacudido provocando cambios disruptivos en nuestras convicciones sobre qué aspectos socioeconómicos debemos considerar estratégicamente prioritarios. En este escenario postpandémico hay una clara apuesta por asegurar, al margen del grado de ventaja competitiva que tengamos, una mayor soberanía de bienes y servicios, especialmente los estratégicos. Aunque en determinados casos, la economía circular local y la sostenibilidad fuere menos eficiente en términos relativos a una economía globalizada, no podemos arriesgarnos a que ciertos productos o servicios escaseen en momentos de amenazas climáticas, pandémicas o conflictos bélicos como el que vivimos actualmente. Nuestra isla es eminentemente una economía turística que siempre seguirá dependiendo del turismo, no solo el propio sector sino casi todo lo que vive de él. La pandemia afectó igualmente, a través del cero turístico, a la mayoría de las industrias canarias. Apuesto por una diversificación de la oferta turística, pero también tengo mucho deseo e ilusión en explorar y desarrollar oportunidades en otros sectores. Ya lo estamos consiguiendo en algunos otros desligados del turismo. –Si fuera alcalde de San Bartolomé de Tirajana, presidente del Cabildo de Gran Canaria o del Gobierno de Canarias, ¿qué cree que habría que hacer con la oferta turística grancanaria? –Creo que en la mayoría de los casos, los políticos están bien asesorados desde el punto de vista técnico en cuanto al binomio turismo y urbanismo. El asesoramiento externo e interno en lo promocional es muy profesional e innovador y el planeamiento insular, desde hace bastante tiempo, viene estando bien planteado ya que garantiza un desarrollo sostenible para el turismo y acierta en el diseño y en la definición de infraestructuras que resuelven de forma ordenada los principales retos insulares en ese ámbito. Nuestros políticos deberían acatar y cumplir las grandes directrices que ya están planificadas y consensuadas, estar más atentos en resolverlas según lo programado y permitir que los agentes económicos las puedan implementar de





**The**
HOTELES



HOTEL PUERTO DE MOGÁN
GRAN CANARIA



HOTEL KOALA GARDEN
GRAN CANARIA

¡VEN Y APRENDE!
DISFRUTA DE
LA VIDA

hoteles.the.com



HOTEL VOLCÁN LANZAROTE
LANZAROTE



HOTEL CORRALEJO BEACH
FUERTEVENTURA



una forma más eficiente, con menos burocracia. Tendrían que escuchar más la opinión de los empresarios por su conocimiento pragmático, implicación y riesgos personales asumidos en los distintos sectores como el turístico. Tenemos que unirnos, tanto políticos como empresarios y otros agentes, en el reto de recualificar y diversificar nuestra oferta turística privada, pero sin olvidar la necesidad perentoria de continuar mejorando igualmente la pública con garantía de un buen mantenimiento de todas las infraestructuras y servicios públicos turísticos. Los políticos de altas miras no se dejan dominar por un puñado de votos y deben actuar en coherencia con lo que preconizan, defendiendo con rigor la legalidad vigente para dar seguridad jurídica a la inversión y confianza en las instituciones. El sector turístico canario tiene todavía mucho recorrido, si hacemos las cosas bien, seguiremos afianzando y revalorizando nuestra principal industria.

—¿El reto debe ser aumentar el número de turistas que nos visitan o apostar por un turismo de mayor poder adquisitivo?

—No me gusta analizar nuestro desarrollo turístico con planteamientos simplistas. El camino acertado hacia donde debemos dirigirnos exige como dije de análisis complejos requiriendo la im-



plicación de muchos agentes. Tenemos que continuar creando valor en toda la cadena productiva de productos y servicios, no solo mejorando lo actual sino justificando una ampliación mediante criterios firmes de sostenibilidad y diversificación. Hay todo tipo de niveles de oferta y demanda, el reto está en fidelizar las diferentes demandas manteniendo un alto grado de competitividad y satisfacción frente a otros destinos competidores. Hay muchísimas oportunidades para crecer en valor.

—La familia Condal estuvo en los inicios de la cementera en El Pajar. ¿Por qué ahora cree que ha

llegado el momento de replantear su ubicación?

—La cementera comenzó su andadura incluso antes del concurso de Maspalomas Costa Canaria. Estamos hablando de más de 60 años. En su día se eligió la ubicación más cómoda, cercana a la cantera de puzolana y conveniente para la construcción del puerto cementero. Ya en los años 60 ejerció una contaminación negativa en su enclave costero cercano. Fue en los 80 cuando empezó ya directamente a perjudicar ambientalmente en el turismo a medida que se iban extendiendo las urbanizaciones a ambos flancos. Sería injusto no

reconocer la gran aportación económica de la cementera para la isla, puestos de trabajo, etc, la familia Condal los primeros, que estuvimos implicados después de su etapa primigenia. Pero el tiempo transcurrido y las circunstancias actuales son distintas. Cualquier gran canario con sentido común se da cuenta que esa actividad industrial portuaria en esa ubicación ya no se sostiene por dos razones fundamentales: una, porque esta empresa privada lleva disfrutando la concesión industrial durante más de 60 años dándose la condición que ya ha vencido la misma y por tanto la oportunidad histórica de recuperar el espacio del muelle para uso y disfrute de todos los canarios y turistas, y segunda, porque la normativa, que hace ilegal la renovación, se ha ido consolidando a lo largo de la última década gracias a un planeamiento territorial insular vinculante que destina a la especialización turística toda esa área. La especialización turística de la concesión portuaria abandonando el uso industrial es una cuestión avalada por la legalidad vigente debiendo ser objetivo de todos. Lo han demostrado ya muchos políticos, expertos en derecho, amplia representación empresarial y de la sociedad civil. Ahora falta que el gobierno regional sea coherente. Echamos de menos un rotundo posicionamiento del

Cabildo a favor de la no renovación. En manos de nuestros dirigentes responsables y de la empresa cementera, como propietaria de los terrenos adyacentes a la concesión, está también negociar un buen acuerdo de traslado a una zona apta calificada como industrial en nuestra isla a cambio de unas compensaciones favorables para esta última. Sería imperdonable no aprovechar la ocasión. Una deslocalización que permitiría un ingente desarrollo económico en los alrededores con estricto cumplimiento de unos vinculantes y exigentes estándares turísticos actuales. Lo contrario sería involucionista y anacrónico, muy contrario al deseo de la mayoría, más bien un despropósito. El privilegio de una clasificación territorial de suelo turístico presupone por ley unos derechos y obligaciones. La familia Condal siempre ha sido muy responsable con el desarrollo de sus terrenos privados a lo largo de toda la costa sur de Gran Canaria, derivándose un uso público que deviene del propio planeamiento en beneficio de todos. Maspalomas es un caso de éxito, fue una apuesta empresarial arriesgada en busca de una rentabilidad razonable pero también muy consciente del interés general que tanta riqueza económica ha generado para miles de gran canarios y extranjeros.

¡EL COMPROMISO DE UN GRAN DESTINO!

Infórmate en

www.grancanaria.com/turismo/destinosostenible

Accede a una herramienta gratuita para que tu empresa implemente una gestión responsable con el medio ambiente



Turismo
Gran Canaria



GRAN CANARIA
2030



60
aniversario de
Maspalomas
Costa Canaria
Felicidades

*Contribuimos con
la mejor gestión del agua
al desarrollo turístico*





El principio de lo que todavía vale

Maspalomas Costa Canaria fue una idea revolucionaria y abrió una vía de desarrollo que benefició al conjunto de la isla

OPINIÓN

FRANCISCO SUÁREZ ÁLAMO

Director de CANARIAS7

En facultades y escuelas de arquitectura de media Europa, incluida la de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, se estudia el concurso de ideas que llevó por nombre Maspalomas Costa Canaria. En las bibliote-

cas especializadas se puede encontrar más de una publicación en torno al mismo, tesis doctorales incluidas. Y el libro editado en 1961 con las bases del certamen es pieza de coleccionista.

Quizás sea cuestión, ahora

que tanto se ha polemizado sobre la historia de Canarias en las aulas del archipiélago, de hacer un hueco en ese temario para lo que supuso aquella iniciativa, que colocó el nombre de Gran Canaria y en especial el sur de la isla, en el contexto internacional. A partir de ahí cambió todo: el turismo, que había nacido en la capital, descubrió el encanto de unas playas que eran conocidas solo por excursionistas con paciencia, pues las comunicaciones era muy deficientes... y ese fue el punto de partida también para el desarrollo de infraestructuras y servicios, generando empleo, abriendo la mentalidad y asumiendo que el turismo podía colocar de verdad a Gran Canaria en el siglo XX. Pero en el siglo XX eu-

ropeo.

Alejandro del Castillo y Bravo de Laguna, noveno conde de la Vega de la Grande de Guadalupe, siempre recordaba con orgullo aquella iniciativa. También tenía presente que no faltaron los que sostuvieron entonces que era una propuesta descabellada y que aquel erial que era el sur no tenía otro futuro que seguir como bajo un sol abrasador y dar algo por la vía de las explotaciones agrarias. Quizás por eso fue determinante que pilotase el proyecto una mente ilustrada como la de Alejandro del Castillo.

Es verdad que después llegaron errores urbanísticos, que el crecimiento fue desaforado y que hay cosas que corregir. Se supone que para eso estaban

las administraciones, pero es evidente que el concepto de impacto ambiental era desconocido en aquella España franquista que trataba de abrirse al capital exterior para subsistir. E incluso ya en democracia hubo decisiones políticas manifiestamente mejorables.

Pero el balance sigue siendo positivo. Maspalomas Costa Canaria fue una idea revolucionaria y abrió una vía de desarrollo que benefició al conjunto de la isla. El modelo turístico será mejorable, y ciertamente lo es, pero los errores no esconden los aciertos que hacen que millones de personas de toda Europa tengan a Gran Canaria como un destino de calidad. De sol y playa pero también con otros atractivos.





SEASIDE COLLECTION



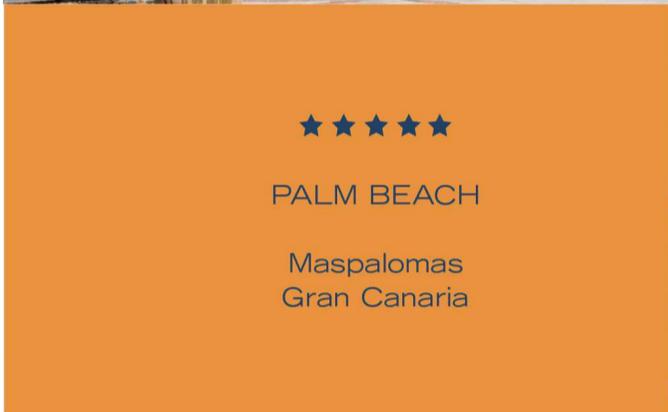
LEADING
HOTELS



★★★★★^{GL}

GRAND HOTEL RESIDENCIA

Maspalomas
Gran Canaria



★★★★★

PALM BEACH

Maspalomas
Gran Canaria



A MEMBER OF
DESIGN HOTELS

SEASIDE HOTELS ... ¿POR QUÉ CONFORMARSE CON MENOS?

La mejor gastronomía y servicio, cada uno con identidad propia, todos a solo unos pasos de la playa. Descuentos especiales para residentes canarios.



★★★★★

SEASIDE SANDY BEACH

Playa del Inglés
Gran Canaria



★★★★★

SEASIDE LOS JAMEOS

Playa de los Pocillos
Lanzarote





Aquellos tiempos de 45.000 turistas y muchos esperando

La consulta ahora de las bases del concurso de ideas convocado en 2021 es casi un viaje en el tiempo, a una Gran Canaria con un gran potencial

CANARIAS7

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. El libro editado por la familia Condal en su día con las bases del concurso es ya una pieza de coleccionista. No solo porque escaseen los ejemplares y porque era una edición casi de lujo, sobre todo para la época, sino también por su valor desde el punto de la investigación histórica, económica y también social.

De entrada, conviene poner en valor la apuesta medioambiental que respiraba la iniciativa. Se quería ver la posibilidad de hacer negocio turístico con una franja de terreno inmenso, pero también se tenía claro que no se

trataba de destruirlo todo. Y era así porque se partía de la convicción de que, además de las bondades de clima, el paisaje era uno de los grandes polos de atracción para el turista, con las Dunas y la Charca como elementos a preservar. Conviene recordar que estamos hablando de la España del desarrollismo franquista y de un territorio alejado y bastante olvidado por Madrid como las islas, en un Estado donde el concepto actual de impacto ambiental era impensable.

Prueba de que todo estaba por hacer, en la memoria descriptiva del concurso se puede leer lo siguiente: «La electricidad es producida en la isla de Gran Canaria por centrales térmicas.. En la actualidad la zona que se pretende urbanizar carece de ella, pero existe la posibilidad de traer fluido desde Las Palmas, donde existe la central más importante de la isla o bien construir una en las proximidades de Maspalomas para cubrir sus necesidades».



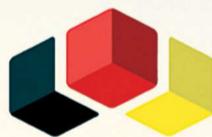
Imagen aérea de Maspalomas que aparecía como documentación en el concurso. c7

¿Y cuál era la realidad turística en aquel momento? En el documento siempre se hace referencia a Las Palmas para referirse a la isla -muy habitual en la época- y se subraya que en realidad el negocio turístico ha empezado a adquirir algo de relevancia en los últimos cuatro años.

Las cifras de llegadas de visitantes lo dicen con claridad: 23.701 en 1958; 24.957 en 1959 y un despegue ya en 1960, con 45.129 turistas. Seguidamente se añade que hay un 25% o 30% más que se aloja en apartamento o casas particulares sin constar en registro oficial alguno y se sub-

raya que «por falta de alojamientos» se ha rechazado entre un 20 y un 25% de la demanda.

En cuanto a la estancia media, se aporta un día que hoy firmaría cualquier empresario hotelero con los ojos cerrados: «El tiempo medio de estancia se calcula entre 15 y 20 días»



GRUPO GERMÁN GALINDO,SL

REVESTIMIENTOS DE PISCINAS
IMPERMEABILIZACIONES
TRABAJOS DE PINTURA Y DECORACIÓN

CONTACTO@GERMANGALINDO.COM
WWW.GERMANGALINDO.ES
659 647 158 607 661 312

Centro Comercial Sonnenland Maspalomas, local 221

MÁS DE 35 AÑOS DE EXPERIENCIA

ESPECIALISTAS EN RENOVACIÓN
DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS
Y EXTRAHOTELEROS

La satisfacción de nuestros clientes nuestra mejor carta de presentación

Por una mejor imagen de nuestra Isla, el CIT apoya la recuperación pública del Puerto de Santa Águeda. Tenemos en nuestras manos una oportunidad histórica para Gran Canaria, todos los grancanarios y el turismo de los próximos 50 años.

Industrias en zona industrial y turismo para zonas turísticas.

Un proyecto turístico para el puerto de Santa Águeda.



Si deseas contribuir al progreso de nuestra isla y participar en nuestros proyectos y actividades, contacta con nosotros y únete al CIT



**CENTRO DE
INICIATIVAS Y TURISMO
GRAN CANARIA**

Hazte AMIGO de GRAN CANARIA

 Centro de Iniciativas y Turismo de Gran Canaria

Pueblo Canario, local 3 - Las Palmas de Gran Canaria
928 24 35 93 | cit@citgrancanaria.es | www.citgrancanaria.es



En 1974 la empresa fue pionera en Europa en el riego de campos de golf con agua depurada. C7

ELMASA. Tecnología del agua

Apoyando el desarrollo de Maspalomas Costa Canaria a través de la gestión del agua

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Canarias7. La labor de la compañía ELMASA Tecnología de Agua ha estado íntimamente ligada al crecimiento turístico del sur de Gran Canaria. En 1971 se funda la empresa con el objetivo de atender la incipiente demanda de agua y luz que el desarrollo turístico necesitaba. La finalidad era garantizar estos servicios básicos con la calidad y el suministro adecuados necesarios para dar respuesta al reto de convertir a Maspalomas Costa Canaria en un referente internacional.

Fue en San Agustín donde empezó a operar la empresa, con la implantación de un grupo electrógeno que proporcionó la electricidad necesaria para desarrollar la urbanización en los años 70. El siguiente paso fue extender la distribución de agua, que se hacía hasta entonces exclusivamente destinada a las plantaciones de tomate, para atender este nuevo sector que entraba en escena con fuerza. En esta evolución continua ELMASA Tecnología del Agua fue pionera a nivel nacional y europeo en reutilizar las aguas depuradas para el riego de campo de golf y jardines. En concreto, a finales 1974 se consigue el hito de regar con estas aguas el campo internacional de golf de Maspalomas.

Una vez resuelto los servicios básicos y principales que demandaba el turismo para su implantación en el sur de la isla, la compañía se centra en crecer a un ritmo superior al de las exigencias del mercado, como forma de estar siempre

preparados y un paso por delante. Así, se instalan otros emisarios submarinos y se inauguran nuevas depuradoras.

Apuesta por la desalación

Ya a fines de los 80 la desalación ocupa el centro del abastecimiento, por lo que el agua de mar sustituye paulatinamente los pozos del sur. ELMASA Tecnología del Agua construye en 1986 la primera estación desaladora de agua salobre de electrodiálisis reversible de Canarias, y en 1988 una estación desaladora de agua de mar mediante el proceso de ósmosis inversa. Fiel a su compromiso, bautiza ambas instalaciones como Maspalomas I y Maspalomas II.

La empresa destina cinco millones de metros cúbicos anuales para atender servicios como el riego de los campos de golf, gran parte de las zonas públicas del municipio y las márgenes de las carreteras; así como otros once millones para el abastecimiento humano, agua que provenía en su mayoría de las desaladoras de agua de mar.

En esta línea la compañía mantiene un estrecho compromiso con el medioambiente, adelantándose a su tiempo y no optando por explotar los acuíferos de la zona, apostando por la desalación de agua de mar que suponía una elección más costosa pero más sostenible.

Su labor también se extendía a otros ámbitos, pues este compromiso de la empresa ha venido acompañado de acciones solidarias, con-

virtiéndose ELMASA Tecnología del Agua en patrono de la entidad social Fundación Amurga. Por su actividad medioambiental ha recibido

sendas Medallas de Oro del Gobierno de Canarias y del Cabildo de Gran Canaria, además del premio a Mejor Pyme Social de Las Palmas



Planta de Ultrafiltración de la EDAM Maspalomas I. C7



Imagen antigua de Maspalomas. C7

en el año 2019, y finalista a nivel nacional, entre otros distintivos.

Difusión internacional de la marca Maspalomas

A lo largo de su historia ELMASA Tecnología del Agua se configura como una referencia tecnológica del municipio de San Bartolomé de Tirajana y ha contribuido a incrementar el prestigio del nombre de Maspalomas, difundiéndolo a diferentes rincones del mundo. Entre otros ejemplos destacan ser seleccionados como empresa de referencia en gestión del agua para el informe internacional del Banco Interamericano de Desarrollo, promovido por PROEXCA destinado a América. O la presentación que la multinacional DuPont realizó el pasado año en la feria europea del agua, Aquatehc, celebrada en Holanda, donde en su stand central se presentó un video grabado precisamente en las instalaciones de la Desaladora Maspalomas I.

Este reconocimiento fuera de nuestras fronteras hace que desde lugares tan diversos como Francia, Israel, América o Corea acudan técnicos a conocer las instalaciones de la empresa y el *Know How* aplicado. Además ha desarrollado innovaciones como el difusor Venturi, en vertidos de salmuera procedente de desaladoras como mejora del proceso de dilución y reducción del impacto ambiental en los ecosistemas marinos, en colaboración con el Instituto Tecnológico de Canarias y Canaragua.

Reinvención

En la actualidad ELMASA Tecnología del Agua reinventa su actividad, expandiendo su mercado y campo de negocio. La empresa mira al futuro como una compañía modernizada y adaptada a los nuevos tiempos. El objetivo que persigue es consolidarse como un referente nacional e internacional en el tratamiento del agua, apostando por el talento y la innovación, en un modelo de mejora continua, comprometido con la calidad del servicio, la sostenibilidad, el respeto por el medio ambiente y la transformación digital.

En su día a día incorpora a sus procesos acciones para lograr la disminución de la huella de carbono en los sistemas de tratamiento de agua, apostando por el reciclaje, las renovables o la economía circular. Otra de sus enseñanzas es la defensa de lo local, volcándose en retener el talento cercano y apostar por profesionales de las islas. En esta línea colabora activamente con la campaña *Elaborado en Canarias* de ASINCA.

Hoy día la empresa continúa desalando el agua para el sur de la isla, a la que siempre estará unida indisolublemente de alguna forma. Pues es el origen, el primer punto del inicio de su historia, siempre volcándose con el compromiso de apoyar a Maspalomas Costa Canaria, el mayor proyecto turístico de las islas, y un referente internacional.



Turismo y sostenibilidad, un reto pendiente

Canarias mira con preocupación la tendencia a penalizar los vuelos en avión, que son clave para la conectividad y el motor económico

CANARIAS7

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. Integrar en el sector turístico los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) permitirá reducir las emisiones vinculadas al transporte, en especial el aéreo, y generar además un mayor nivel de concienciación de los consumidores a la hora de viajar.

Así lo explicaron la pasada semana los ponentes especializados que participaron en un seminario virtual sobre 'Los ODS y el turismo. Los retos del sector', organizado por la Asociación de Líneas Aéreas (ALA) e inaugurado por el secretario de Estado de Medio Ambiente, Hugo Morán.

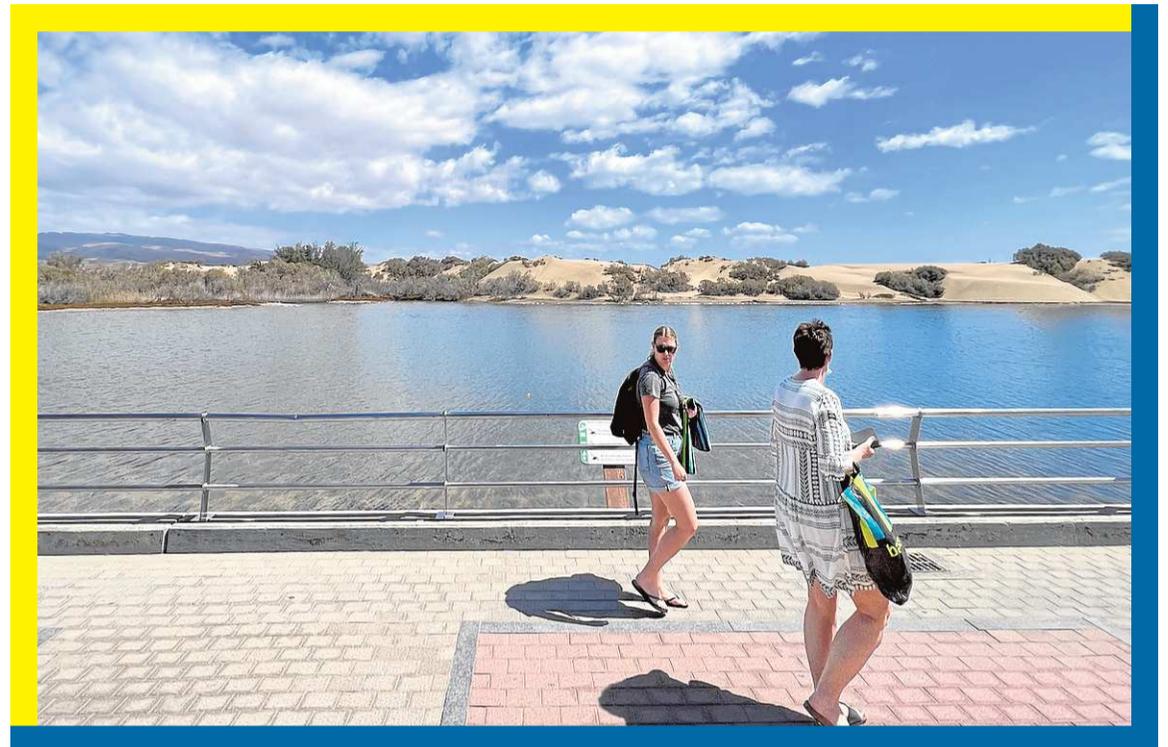
Morán incidió en la necesidad de «seguir trabajando en solucio-

nes que permitan lograr la recuperación» sin por ello comprometer «la lucha contra los grandes desafíos que afronta la humanidad», de los que ha destacado la crisis climática y la pérdida de biodiversidad.

En el caso de la aviación, ha indicado que «tiene el reto de desacoplar, en mayor medida que hasta ahora, emisiones y tráfico», por lo que ha animado a la industria a continuar apostando por las nuevas tecnologías, incluyendo el hidrógeno verde y los biocombustibles avanzados, y a sumarse a la estrategia española de economía circular.

Para Canarias, ese desafío de combinar turismo y sostenibilidad pasa también por evitar decisiones políticas que penalicen los viajes en avión, dada la dependencia de esa actividad para el negocio en las islas. En esa línea, se trabaja en excepciones a las decisiones comunitarias apelando a la condición de región ultraperiférica.

Los expertos que participaron



Turistas en la Charca de Maspalomas. JUAN CARLOS ALONSO

en el foro destacaron el valor no sólo de las políticas ambientales sino también de la implicación de ciudadanos y organizaciones para mejorar un sector en el que «la apuesta es por la sostenibilidad», según Ismael Aznar, director general de Calidad y Evaluación Ambiental del Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico (Miteco).

En ese sentido, el director de

la fundación Ecología y Desarrollo (Ecodes), Víctor Viñuales, recordó que «los clientes ahora apuestan por un futuro más sostenible» y «quieren un turismo más responsable», mientras que el jefe de recursos humanos de Iberostar, Fernando García, destacó que el turismo posee «una fortaleza frente a otros usos de los combustibles fósiles y es que incrementa la felicidad huma-

na».

El presidente de ALA, Javier Gándara, defendió la necesidad de «trabajar en conjunto» y «ser conscientes de cada una de las soluciones», incluyendo una mayor colaboración de intermodalidad entre el tren y el avión, una fórmula que en el caso de Canarias puede derivar en una penalización como destino de millones de viajeros.



SANTA MÓNICA
SUITES HOTEL

El encanto de **Santa Mónica Suites Hotel******* es combinar su inigualable ubicación y vistas espectaculares a la **Reserva Natural de las Dunas de Maspalomas**, con unas instalaciones modernas y una amplia oferta culinaria. El alojarse con acceso directo a uno de los espacios protegidos más importantes de las **Islas Canarias**, hace que la experiencia sea inolvidable.



Maspalomas y todos nosotros

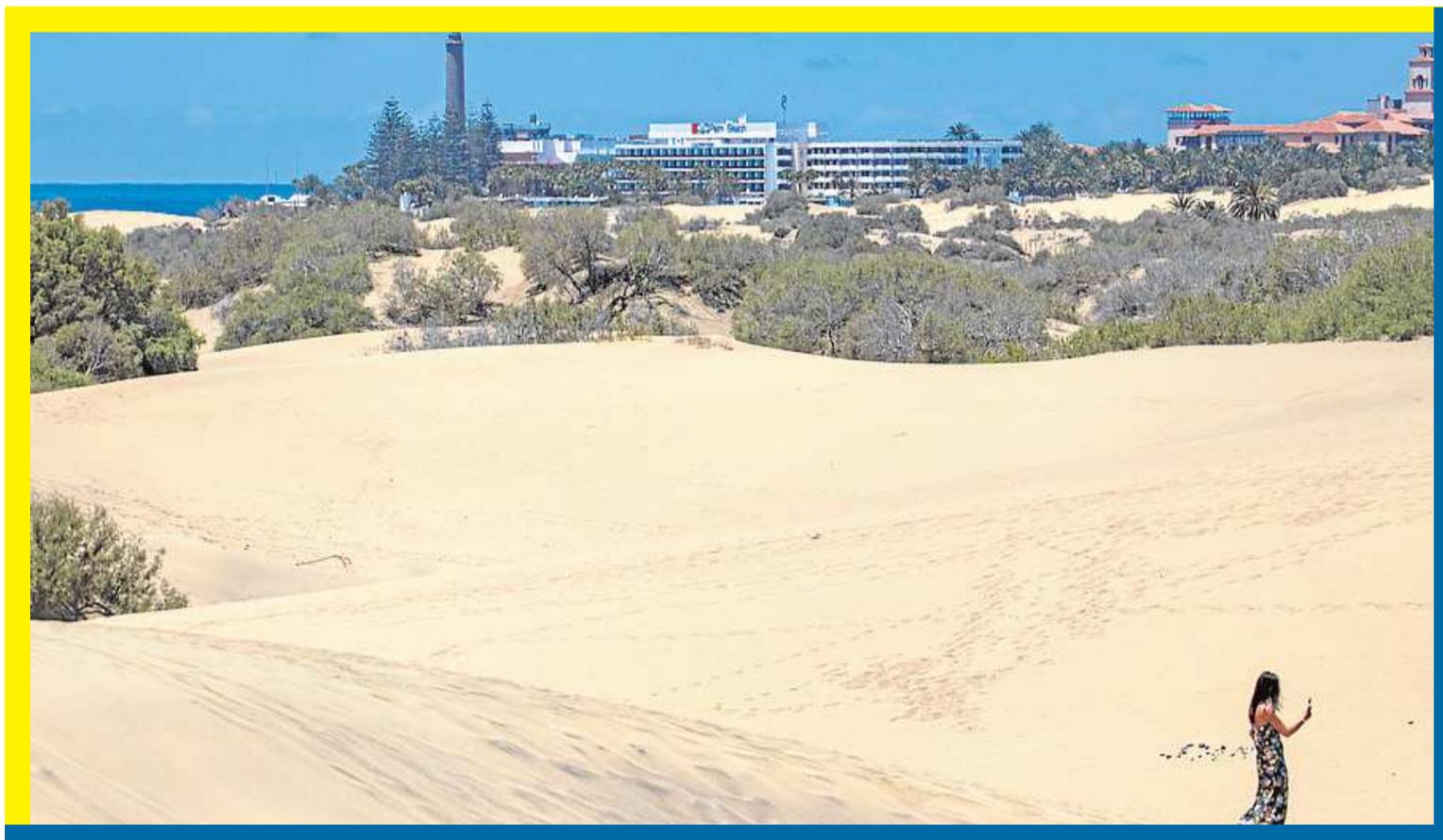
Tampoco fue extraño que aquel ingente proyecto, que trastocaría definitivamente la vida y el devenir insular, tuviera un hondo componente sentimental

CRÓNICA
JUAN JOSÉ LAFORET
Cronista Oficial de Gran Canaria



A las ciudades, a territorios definidos y marcados por una geografía, una historia y una identidad propia, aunque se conozca con claridad una fecha o hito fundacional, hay que reconocerles como su realidad actual no deviene sólo de aquel momento o situación, sino de una serie de acontecimientos, expandidos en el devenir de los siglos, que, en un tiempo determinado, marcaron tanto su evolución que se puede hablar de una auténtica refundación. Si de la capital grancanaria podemos afirmar que, después de aquel final del siglo XIX en el que se construyó el Puerto de La Luz, hay otra ciudad distinta, de Gran Canaria en general también se podría destacar como hace 60 años en Maspalomas comenzó a conformarse otro concepto de la isla, un antes y un después de su historia, de la de todos nosotros.

Si desde unos años antes ya se insistía, en las pocas e incipientes páginas turísticas, que por entonces casi se limitaban a la 'Revista Isla' del C.I.T., en una idea, la de que esta era «la isla de las playas doradas», y como «...la inmensa sábana arenosa de Maspalomas, situada en la punta meridional de la Isla, a 60 km por carretera, que es uno de los parajes más bellos y originales del Archi-



El paisaje dunar es uno de los más fotografiados por los visitantes a Gran Canaria. **ARCADIO SUÁREZ**

piélago...» se instituía en el verdadero y maravilloso horizonte de su propia tierra –como afirmaba esa publicación en 1958-, todo arrancaría con el Concurso Internacional de ideas Maspalomas Costa Canaria, impulsado por D. Alejandro del Castillo, Conde de

la Vega Grande de Guadalupe, que, con independencia del aprovechamiento que se hiciera del mismo, como de los rumbos que se tomaran posteriormente, constituye tanto en sí mismo, como por los proyectos que se presentaron, un verdadero e inolvidable hito

en la historia de Gran Canaria, que no sólo tiene un antes y un después del despegue turístico del sur insular, sino que con el mismo proyecto muestra una renovada capacidad de emprendimiento, un reforzamiento de su talante cosmopolita y cultural; el

mismo libreto del Concurso, que se dio a conocer el 1961, es una verdadera joya en su contenido y en su diseño, una indiscutible muestra de la búsqueda de una modernización y una apertura a todas las corrientes arquitectónicas, urbanísticas y turísticas más

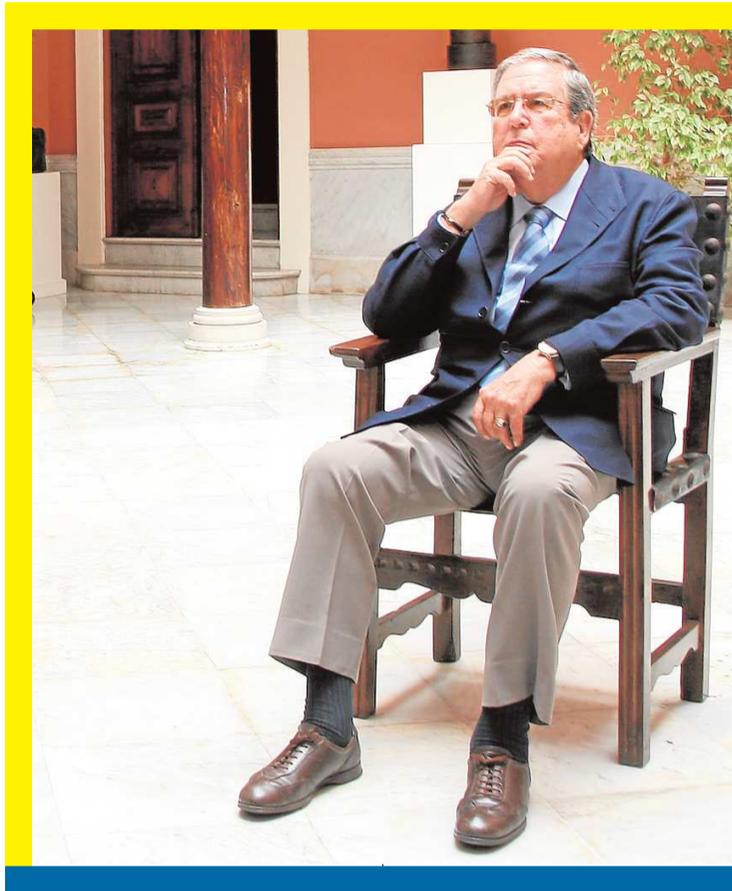
Hotel Caseria
★★★★
PLAYA DEL INGLÉS

LUIS
HOTELES
www.luishoteles.com

BEACH club
★★★★
SAN AGUSTÍN

internacionales y vanguardistas de aquel momento, donde arquitectura, urbanismo, paisaje, naturaleza e identidad cultural, buscaban fundirse en una nueva expresión, que contribuiría a asentar esa imagen de Gran Canaria como lugar de encuentro y crisol de culturas en el Atlántico.

Es sugerente volver a leer, sesenta años después, como ya entonces, exactamente en 1963, la prestigiosa revista 'La Revue des Voyages', editada en París, dedicaba una amplia y elogiosa crónica a este proyecto y aspiración del sur de Gran Canaria, que su autora, Sylvain Zegel, abría resaltando como «Maspalomas, hoy en día, es un desierto. Maspalomas dará la bienvenida a 300.000 turistas en 5 años...», y culminaba la entradilla del reportaje, tras enumerar todo lo que ya se veía venir, exclamando «Hay que darse prisa», y señalando como «...aquí está la historia de una sorprendente aventura inmobiliaria que ofrece exuberancias y lujos de Florida, en la punta sur de la Gran Canaria...». En 1965 otra importante revista de información turística, con título muy elocuente para el momento y el lugar, Costa Canaria, resaltaba como surgía el complejo de San Agustín «integrado en el vasto plan de Maspalomas, cuyas proporciones alcanzarán unas magnitudes extraordinarias en un futuro próximo...», añadiendo como el «Sur



Alejandro del Castillo, en una entrevista en la casa familiar en Vegueta.

ARCADIO SUÁREZ

de Gran Canaria ofrece un futuro prometedor y, desde San Agustín a la Playa del Inglés, un fabuloso proyecto integrado en el plan general de Maspalomas, hasta el faro, será la zona que más atractivo podrá ofrecer al turismo in-

ternacional...». El proyecto comenzaba a ser algo palpable y San Agustín con el restaurante La Rotonda, apartamentos como "Los Caracoles" u hoteles como Las Follías, inaugurado en octubre de 1965 con muchísimas miradas

puestas en él, en una recepción muy concurrida y por todo lo alto, no sólo constituía ya, como señaló esa revista, «un centro de atracción del turismo internacional que lo ha convertido en punto de cita», sino un santo y seña, un símbolo, de lo que se quería hacer, de lo mucho que se esperaba de un futuro a corto y medio plazo. Y el orbe cultural también estuvo muy presente desde un primer instante, pues aquellos pioneros no entendían estos proyectos sin ella. Las Follías se llenó desde su inauguración de obras de arte de autores como Cesar Manrique, o Pepe Dámaso que realizó para el vestíbulo una escultura muy simbólica, 'Cosmos' (1965), un cosmos insular muy nuevo para una nueva época y un nuevo orbe.

El Concurso Internacional, que tuvo un prestigio siempre reconocido y un eco muy amplio, lo ganó el proyecto presentado por un equipo de arquitectos e ingenieros franceses, integrado por Guy Lagneau, Michel Weill, Jean Dimitrijevic, René Bartholieu, Philippe Cennet, Ivan Seifert, Lucien Varinay y Jean Davidad, que con un concepto muy claro de lo que era aquel maravilloso territorio, y lo que debía ofrecer a propios y foráneos en el futuro, se proponían dividir para su urbanización en siete zonas independientes, que debían diferir entre ellas tanto en lo arquitectónico, como en

la oferta turística que se realizara en cada una. Nunca se siguió este proyecto, al menos al pie de la letra, pero fue un verdadero arco de entrada de lujo al futuro de Gran Canaria.

Tampoco fue extraño que aquel ingente proyecto, que trastocaría definitivamente la vida y el devenir insular, tuviera un hondo componente sentimental, que reflejó pocos años después, en 1968, Néstor Álamo en la canción habanera 'Maspalomas', que enseguida se convertiría en todo un himno no sólo para la zona, sino de la isla, de lo que estaba aconteciendo y transformándola. El propio Néstor señalaba a la prensa del momento como 'Maspalomas es un lugar de una belleza indescriptible'. Era la mirada honda del gran canario que veía como «allá abajo, en el sur de Gran Canaria, dormida bajo el sol hay una playa», y como eran «el sol y las arenas, y el cielo azul, la gloria de mi tierra», y también aquel proyecto que nacía, que crecía rápido y sustantivo era algo de todos, que afectaba al conjunto y que era para toda la isla y su futuro, y así cobraba sentido el añadir, al título definitivo de la canción, el «y tú», 'Maspalomas y tú'. Sesenta años después debemos entender que hoy, con lo que se hizo, con lo que ha significado, con lo que tiene que ser para el futuro, el lema deberá ser 'Maspalomas y todos nosotros'.



¡Plazas limitadas!

Este verano será en un Princess de Canarias

Descuentos hasta el 35% + Hasta 2 niños gratis en habitaciones superiores

Hoteles recomendados para adultos

- Tabaiba Princess (recomendado)
- Gran Canaria Princess (solo adultos)
- Mogán Princess (recomendado)
- Club Jandía Princess (recomendado)
- Esencia de La Palma (solo adultos)
- Guayarmina Princess (solo adultos)
- TUI Blue Suite Princess (solo adultos)

Hoteles recomendados para familias

- Taurito Princess
- Maspalomas Princess
- Fuerteventura Princess
- Esencia de Fuerteventura
- La Palma & Teneguía Princess






Reservas a través de princess-hotels.com o en tu agencia de viajes habitual

princess-hotels.com





CARLOS ÁLAMO. Consejero de Turismo de Gran Canaria

«Necesitamos implementar un modelo de desarrollo turístico basado en la sostenibilidad y la digitalización»

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA Canarias7.

–La marca turística Maspalomas Costa Canaria cumple nada menos que 60 años de vida. ¿Qué reflexiones le genera este aniversario?

–Pues, sin duda es un buen momento para reflexionar por el momento en el que se produce, después de seis décadas de desarrollo, con sus aciertos y sus carencias, y tras un episodio terrible a nivel internacional como el de la pandemia. Si echamos la mirada al pasado vemos como en un período relativamente corto, el turismo se convirtió en el potente motor del crecimiento económico que es hoy en día para toda la isla y Maspalomas se posicionó como uno de los principales destinos turísticos nacionales. Al mismo tiempo, la zona pasó y continúa pasando por unas profundas transformaciones que inciden en su economía, por supuesto, pero también en el paisaje y en el proceso sociocultural y cohesionador del municipio más extensos de la isla. Por eso, consideramos que ahora es buen momento para acercarnos a la realidad de la situación actual, establecer herramientas de planificación. Nosotros creemos que el objetivo para ser más competitivos, y así lo hemos establecido en el Plan Estratégico y de Marketing 2025, responde a la necesidad de conseguir un desarrollo turístico basado en el concepto de sostenibilidad, fundamentado en la idea de la conservación de nuestros recursos naturales y culturales presentes, y en la digitalización. Y esto lo planteamos priorizando la competitividad del sector, porque el cliente lo demanda. Además, priorizamos un modelo de crecimiento sostenible con una estrategia que priorice un crecimiento cualitativo en el gasto del turista, un mejor reparto de los flujos turísticos por la isla y un crecimiento diversificado en los mercados de origen y con menos dependencia de las empresas touroperadoras.

– ¿Cuáles diría que son las principales fortalezas de la marca Maspalomas Costa Canaria?

–Pues yo diría que son atributos compartidos con el resto del destino Gran Canaria, como la variedad de paisajes en una distancia relativamente corta; la calidad de vida y el carácter de la población; la extensa oferta de productos complementarios, culturales y de ocio, respecto a la oferta habitual de ‘Sol y playa’; la hospitalidad y seguridad en el sentido más amplio y las buenas conexiones e infraestructuras. Todo esto, unido al mejor clima de Europa en cualquier época del año, por supuesto, y una naturaleza espectacular.

–¿En qué momento se encuentra el sector a día de hoy y tras la reactivación del turismo internacional?

–Estamos en un momento de recuperación que se está mostrando consistente. Después de los cerros turísticos de 2020 y una primera apertura con limitaciones, el sector empezó a recuperar sus constantes vitales desde octubre y noviembre 2021. Desde entonces, cada mes ha sido mejor que el anterior y no solo nos acercamos ya a números de 2019, uno de los mejores en la historia del turismo en Gran Canaria, sino que prácticamente se igualan. En el mes pasado, por ejemplo, la isla recibió 282.570 pasajeros extranjeros por 289.773 de abril de 2019. Esto supone una variación inferior al 3%, por lo que estamos rozando con los dedos una mejoría respecto al 2019. También hemos recuperado buena parte de los empleos, cerca del 93% de los que habían en 2019. La conectividad actual es superior, con vuelos directos con ciudades de Francia, Bélgica y la Península que antes no existían. Además, hemos logrado aumentar y fidelizar al cliente peninsular. Me gustaría destacar el esfuerzo realizado por todos para mantener la importancia de la marca y el prestigio en el exterior desde el momento en que tuvimos que evacuar la isla pasando por todo el trabajo realizado para mantener presente a Gran Canaria como primera opción en el imaginario del potencial cliente.

–¿Se ha mejorado el destino durante la pandemia?

–Sí, aunque hay muchos proyectos en ejecución y sus resultados se verán con el tiempo. Para nosotros ha sido una prioridad absoluta y en junio de 2020 aprobamos un crédito extraordinario por algo más de 16 millones de euros para diferentes proyectos en toda la isla, con el que añadir nuevos objetivos a nuestro presupuesto inicial y a financiar con remanente de tesorería para poner en marcha distintas acciones, actuaciones e inversiones que consideramos relevantes para mejorar el destino en este tiempo de ausencia de turistas. Desde entonces hemos sumado nuevas partidas y ampliado el presupuesto anual de Turismo de Gran Canaria porque sabemos de la importancia que tiene la rehabilitación y la mejora del destino. Por eso, desde 2020 hemos hecho un esfuerzo presupuestario importante y hemos colaborado de manera activa en el acondicionamiento del principal motor económico de la Isla con más de 10 millones de euros solo para la rehabilitación de la infraestructura turística en concreto en San Bartolomé de Tirajana.



“Estamos en un momento de recuperación con números de llegada de turistas y empleo muy cercanos a los de 2019, que fue un año entre los mejores”

–¿Qué otras prioridades u objetivos se han marcado?

–Hemos hecho un trabajo de análisis en nuestro plan estratégico. Una de las cosas a mejorar está en que nuestro cliente suele estar por encima de los 45 años de edad.

Solo un 18% de nuestros clientes tienen menos de 18 años. Nuestro objetivo es captar un mayor porcentaje de turismo familiar y para ello necesitamos una oferta de ocio que sea atractiva para este público, que viaje con sus niños y niñas. Hay que buscar fórmulas para rejuvenecer el mercado, algo que nos hará ser más competitivos. Un ejemplo de esto sería el futuro Parque Acuático del Sur y que se ha confirmado como un reclamo potente en otros destinos. Por otro lado, queremos que los flujos económicos del turismo se repartan un poco mejor entre todos los municipios de Gran Canaria y que esto revierta también en nuestro sector primario. Nosotros promovemos los productos complementarios como la gastronomía, nuestra oferta deportiva y el del turismo activo, porque es un reclamo de gran interés. Debemos poner en valor todo lo complementario

al producto tradicional de sol y playa sin dejar de lado nuestro principal valor y posibilidades como destino de sol y playa. Pero entendemos que el turismo rural y activo pueden servir para incrementar los ingresos turísticos incluso en el mismo municipio de San Bartolomé. Nosotros vamos a seguir potenciando estos productos, como el vinculado a la observación de las estrellas o el patrimonio histórico y cultural. Por último, me gustaría destacar que también estamos alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 (ODS) que genera valor no solo para los turistas sino también para el entorno natural, cultural, a los ciudadanos y a las empresas. En este sentido, desarrollamos el concepto ‘Biosphere, Destino Sostenible’, con sellos y reconocimientos a las empresas e instituciones que cumplan retos sostenibles.



«Maspalomas Costa Canaria está mejor que antes de la pandemia»

La alcaldesa de San Bartolomé de Tirajana, Conchi Narváez, defiende que la imagen de marca «está muy fuerte y consolidada»

G. FLORIDO

SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA. «Es una marca muy fuerte, muy consolidada», subraya la alcaldesa de San Bartolomé de Tirajana, Conchi Narváez, respecto a Maspalomas Costa Canaria. «Sus 60 años de historia así lo demuestran», apostilla. Es más, defiende que ahora está en mejores condiciones que antes de la pandemia para mantenerse en el podio de los principales destinos turísticos de Canarias y de España. Sin embargo, Narváez no oculta que tiene una espina clavada. «El potencial de esta marca y de este municipio es todavía mucho mayor, el problema es que no contamos con los medios suficientes para avanzar», se lamenta.

Está al frente de un municipio de 57.000 personas, pero en realidad gestiona servicios para el doble o el triple, de ahí que ahora que la

veda por la covid se ha levantado, cada vez se le complica más la agenda de reuniones, firmas, gestiones, compromisos protocolarios y expedientes que impulsar. La anécdota no solo da idea del estrés al que puede estar sometida la regidora del más importante municipio turístico de Canarias, sino que sobre todo revela hasta qué punto y con qué rapidez Maspalomas Costa Canaria ha pasado del cero turístico a casi llenar sus hoteles y restaurantes. La transición ha sido vertiginosa. «Como ya apuntaban algunos expertos, los turistas estaban deseando venir y gastar, y eso es bueno».

Como prueba de que San Bartolomé y su imagen de marca han superado con «un aprobado alto» su reencuentro con el turismo cita la última edición del Maspalomas Pride. «Aunque la patronal se muestra precavida respecto a las cifras, y lo entiendo, no cabe duda de que el balance no puede ser más exitoso, porque se ha desarrollado sin incidentes graves y ha generado un indiscutible movimiento económico». En esa misma línea recuerda las buenas cifras que también dejó la Semana Santa. Y apunta que, según sus últimos datos, la



Conchi Narváez, alcaldesa de San Bartolomé de Tirajana. c7

ocupación ahora está rondando en muchos hoteles el 80%.

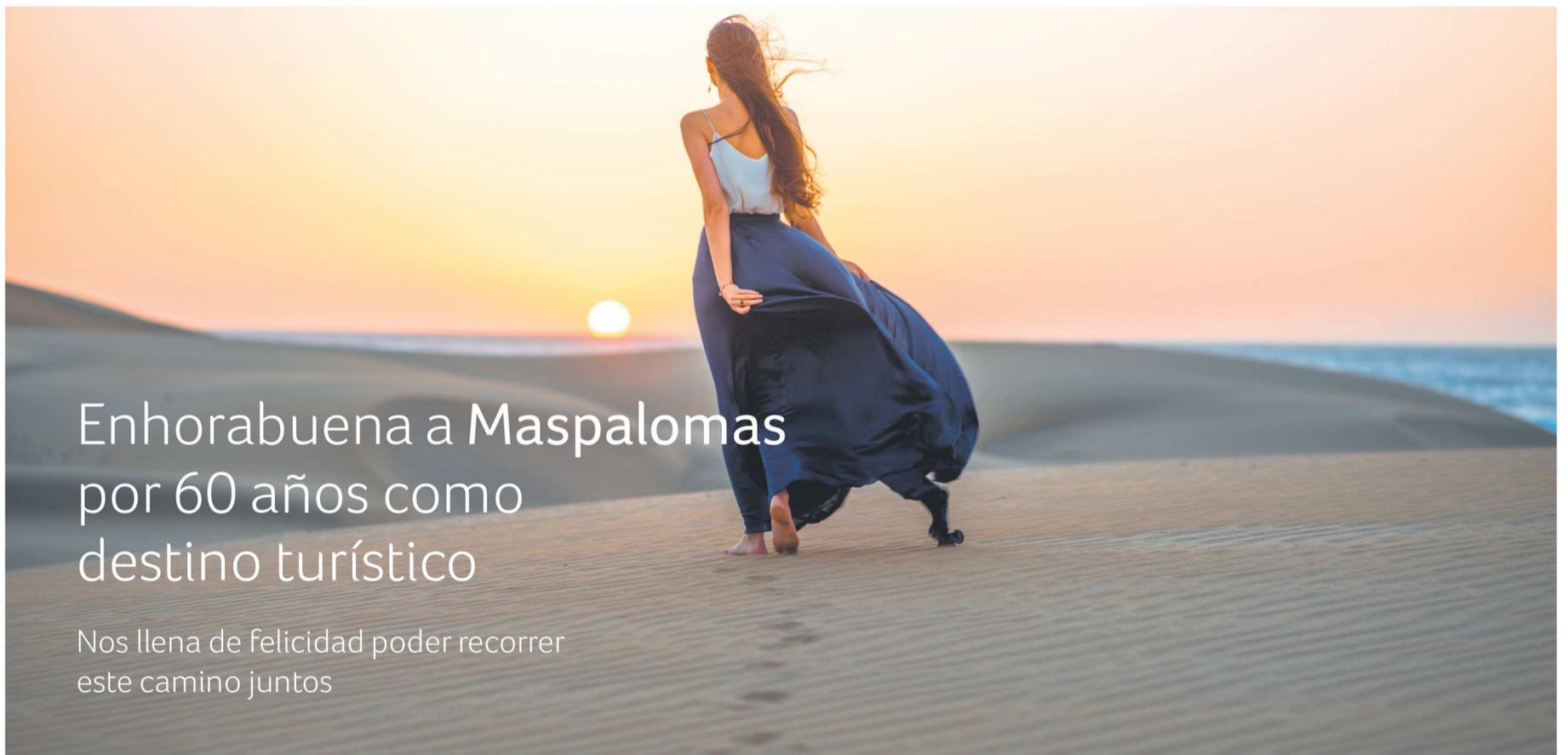
Tiene claro que la pandemia ha dejado secuelas en el sector. «Fue muy duro, no podemos olvidarlo». No maneja datos concretos, pero sí le consta que ha habido negocios que no superaron el trance. Recuerda, por ejemplo, lo cuesta arriba que se le hizo este parón a los locales de ocio nocturno, especial-

mente castigados por la rigidez de las medidas de protección sanitaria. Pero Narváez le ve también su lado positivo y pone sobre la mesa «los importantes esfuerzos que se han hecho tanto desde las administraciones públicas como desde el mundo empresarial para aprovechar el cierre obligado y hacer reformar y mejoras». La alcaldesa enumera de memoria grupos y ho-

teles que «han hecho inversiones espectaculares», de ahí que sostenga con firmeza que «Maspalomas Costa Canaria está ahora mejor que antes de la pandemia».

Sin embargo, una vez definidas las fortalezas de la marca, Narváez pasa al capítulo de las dificultades, o de las debilidades. Y no tiene ni que pensarlas. Una es la seguridad. «San Bartolomé no tiene medios por sí solo para garantizar la seguridad en concentraciones masivas de personas como pueden ser el Pride o el Carnaval Internacional». Eso le quita el sueño. Sabe que una parte de la solución le compete a su gobierno y consiste básicamente en sacar adelante la oferta de plazas que cubran las vacantes de la Policía Local, pero deja claro que no basta cuando se juntan miles de personas en las playas o en las calles del municipio. De ahí que demande una mayor implicación de administraciones supramunicipales para un refuerzo más permanente.

Y el otro hándicap con el que ha de lidiar el desarrollo de esta marca tiene que ver con el déficit de recursos humanos en el Ayuntamiento, una losa que, a su juicio, lastra la posibilidad de explotar aún más el potencial que tiene el municipio. «San Bartolomé ya dispone de infraestructuras de primer nivel, pero tenemos suelo y dinero para desarrollar otras más y atraer a un público aún más diverso; sin embargo, no disponemos de personal para tramitarlas».



Enhorabuena a Maspalomas por 60 años como destino turístico

Nos llena de felicidad poder recorrer este camino juntos

ALEMANIA · ARUBA · BAHAMAS · BULGARIA · CABO VERDE · COSTA RICA · EAU · EEUU · ESPAÑA · IRLANDA · JAMAICA · MALDIVAS · MARRUECOS · MAURICIO · MÉXICO · PANAMÁ · PORTUGAL · REPÚBLICA DOMINICANA · SENEGAL · SRI LANKA · TANZANIA

As you like it

RIU
HOTELS & RESORTS



Turistas en la playa de Maspalomas, uno de los espacios incluidos en el concurso promovido en los años 60 por el Condado de la Vega Grande de Guadalupe. **ARCADIO SUÁREZ**

La conquista del horizonte

Y de aquel gran impulso de don Alejandro del Castillo con su Concurso Internacional de Ideas, el grandioso salto sideral que vino a señalar el nuevo camino de nuestro desarrollo social y económico

OPINIÓN

DAVID MORALES DÉNIZ

Presidente SKAL Internacional de Turismo de Gran Canaria - @DavidMDeniz



Si un hombre fuese situado en la ciudad de Las Palmas, otro en Tejeda, otro en La Vega de Arucas, otro en La Atalaya, otro en Maspalomas, y se les pidiese después que contasen lo que habían visto, serían tan diferentes, tan contrapuestos sus relatos, que, quienes careciesen de información anterior, se resistirían a creer que todos ellos hablaban

de la misma isla...El que se hubiese asomado a Maspalomas en el sureste isleño, describiría un lugar africano: arena, ardor de sol, dunas, palmeras agrupadas; para copiar los oasis del continente negro, llanura, soledad, fondo de tono canelo para la silueta sinuosa y color tierra del camello...».

Considerado uno de los grandes humoristas de las letras españolas del s. XX y brillante cronis-

ta parlamentario, así describía Wenceslao Fernández Flórez (La Coruña, 1885 – Madrid, 1964) sus impresiones de Gran Canaria en su 'La conquista del horizonte'. Obra descriptiva de sus viajes por Galicia, Biarritz, Andorra, Alicante, Marruecos, ... Y -seguro que, por proximidad al reino alauita, mándame una cartita- por nuestra tierra.

Antes que la luna en 1969, el hombre conquistó Maspalomas.

Maspalomas-Costa Canaria. Un viaje, para una gran conquista, iniciado hace ahora 60 años, gracias al inigualable impulso de Don Alejandro del Castillo y del Castillo, octavo Conde de la Vega Grande de Guadalupe. Al cual debemos todos los canarios -no sólo gran-canarios- el promover el Concurso Internacional de Ideas para la Urbanización de la Zona Residencial y Turística denominada Maspalomas Costa Canaria.

60 aniversario en este 2022 porque, tal y como rezaba en el artículo 19 de las bases del concurso de ideas, en el apartado de Calendario, «...los concursantes deberán tomar sus precauciones para que sus proyectos lleguen a Las Palmas antes del 15 de diciembre de 1961...La decisión del jurado se hará pública en el mes de enero de 1962». 1962 – 2022. 60 años de una gran idea transformada y materializada en uno de los me-



C/ Hannover, 4 (Edif. Veril Playa)
Frente al Hotel Beverly Park - Playa del Inglés

☎ 928 76 90 00

www.restauranteilduomo.es

Verdadera Cocina Italiana

Cocina Creativa Mediterránea

Síguenos en:  



Wi-Fi



jores destinos turísticos de toda Europa.

Anterior a ningún desarrollo turístico, el particular finisiterre social de Canarias, en general, y de Gran Canaria, en particular, presentaba las coordenadas de una sociedad muy empobrecida, a duras penas sustentada -además de por la actividad portuaria y comercial- por una escasa ganadería y una sacrificada agricultura. Tanto por el erial a convertir milagrosamente en campos productivos, como por las duras condiciones de vida de los labriegos. Y en el horizonte físico de aquellos difíciles tiempos, mar, dunas, playas, brisas. Todo un magnífico espacio natural por conquistar al sur del sur.

Maspalomas Costa Canaria no siempre estuvo ahí. Y para no olvidar jamás de dónde venimos, a la vez que tener presente hasta dónde podríamos ser capaces de llegar, el Museo de la Zafra, en Santa Lucía de Tirajana. Espacio creado para tener muy presente la memoria de nuestro duro pasado no tan lejano. Entren, por ejemplo, en la réplica de la cuartería, y reflexionen sobre cuán afortunados somos. Y cuán agradecidos debemos estar a nuestros antecesores generacionales.

Y de aquel gran impulso de don Alejandro del Castillo con su Concurso Internacional de Ideas, el grandioso salto sideral que vino a señalar el nuevo camino de

nuestro desarrollo social y económico. Cual John F. Kennedy en su discurso de inicio de los 60, con aquel «Creo que esta nación debe comprometerse con la meta, antes de que termine la década, de llevar un hombre a la luna, y devolverlo sano a la Tierra». Y tras pisar la luna, Armstrong que vino a pisar Maspalomas. Isa incluida.

De ser una isla e islas de las que se tenía un escaso conocimiento allende nuestras fronteras (¡en las bases del concurso se informaba de que aquí se conducía por la derecha!), a la potencia mundial turística que llevamos siendo en las últimas décadas. Gracias a un simple concurso...de ideas.

Hemos vivido una pandemia. Nos hemos -o nos han- recluso en casa. Hemos conocido el 0 turístico. Sin un solo avión aterrizando en nuestros aeropuertos. O sin un solo crucero atracando en nuestros puertos. Silencio y vacío -afortunadamente coyuntural- que quizás nos ayude a entender lo que podía ser, hace 60 años, pensar que «en el sur no hay nada que nos dé de comer, habrá que emigrar». De emisores a receptores de migrantes. La seguridad y la economía cambian los roles.

Por ello, toca llamar a rebato. Y decir «basta ya» a la inatención, a la dejadez, a la relativización, respecto a la verdadera importancia de nuestro turismo. Y resaltar su valor absoluto. El que nos da la

vida de puertas para adentro. El que nos situó definitivamente en el orbe internacional del progreso y el desarrollo. Posicionándonos a la vanguardia de uno de los sectores económicos más importantes y trascendentales en el devenir e interrelación de las sociedades.

Llenamos los discursos con conceptos de moda (desarrollo sostenible, digitalización), pero no somos capaces, siquiera, de que en nuestras playas de referencia ondeen las banderas azules (somos punteros, arriando banderas). O ni siquiera disponemos de una hamaca o un chiringuito en condiciones. O de una mínima y digna señalética orientativa, sencilla, de imprenta, para nuestros visitantes. No en el meta-verso paralelo ese. Sino aquí mismo, en el terruño.

Destinamos unos cuantos miles de euros del erario público para pomposas presentaciones de marketing turístico, pero no somos capaces, primero, de destinar dicho dinero a sanear las canalizaciones que eviten vertidos a las aguas de nuestro Atlántico. Las que vendemos como azules.

Nos atrevemos a decir gratuitamente - ¡incluso en sede parlamentaria! - que tenemos que vivir con la mitad de los turistas, abogando (sic) «por una reconversión y gastar los recursos en programas de recolocación de la fuerza laboral en nuevas tecno-

logías y en el sector primario». Obviando los singulares parlamentarios de turno que, recibiendo la mitad de la cifra de nuestros visitantes, no habrá 200.000 desempleados. Habrá 400.000. Y que, sobre todo, no hay cabra pa'tanta gente...a recolocar.

Nuevas tecnologías y sector primario. Por supuesto, toca hacer justicia con nuestros agricultores y ganadores, también fundamentales para nuestro turismo. Como industria en sí, y como sector enriquecedor de nuestros paisajes y pueblos de interior. Y, por supuesto, también he alucinado con el spot de los ordenadores ASUS rodado en Gran Canaria. Pero, ¿recursos en programas de recolocación? ¿Qué recursos, si se reduce la actividad turística-económica? ¿Recursos...del aire?

Empantanamos proyectos de iniciativas privadas, generadores de economía y empleo. Y no nos preocupamos de las personas sin techo, sin trabajo y sin recursos que pasan a ser okupas forzados de abandonados palmerales "turísticos", de barrancos de nuestra geografía o hasta de los bancos de espera y descanso de nuestros aeropuertos. ¿Isla, islas, de cuento? ¿O en situación de descuento?

¡Si hasta somos capaces de pretender (twitter dixit) perfumar con Chanel n°3 Eau d'Espagne a nuestra tierra, sin antes haber eliminado malos olores de orines y

excrementos de las calles que pateamos y en las que convivimos! Ni que no supiéramos que sudor y colonia -aún nos pusiéramos gotitas de Chanel a cámara lenta-, ni siquiera en los pies bien vestidos por Calzedonia.

Turísticamente hablando, esos son ejemplos de elementos de los actuales desafíos a superar. Y del nuevo horizonte a diseñar y conquistar. No tanto geográficos o territoriales (-aunque también, como aquellos suelos clasificados como turísticos, impedidos, burocráticamente, respecto a su racional y planeado desarrollo económico-). Como sí arquitectónicos, metodológicos, normativos, conceptuales, formativos, promocionales, institucionales, tecnológicos, medioambientales.

Apropiándome de la fantástica nueva campaña de la Asociación de Industriales de Canarias (Asinca) -especialmente destinada a los jóvenes del archipiélago-. Y extrapolando a nuestro turismo su gran mensaje, vale la pena replicar lo de «El futuro es ahora...Ahora es el momento de cuidar de lo nuestro...de proteger nuestra tierra...sin excusas, sin complejos...somos el relevo y sabemos cómo hacerlo...con canariedad, con orgullo por lo bien hecho...nuestras decisiones sí importan. ...Elaborado en Canarias». Como Maspalomas Costa Canaria. Como nuestro turismo. Para, por lo menos, otros 60 años más.

¡Deja que tu *Estancia de Ensueño* comience aquí!

Nuestros 13 complejos de apartamentos y bungalows ofrecen una estancia perfectamente equilibrada entre 'relax y diversión' ya que se encuentra cerca de la Reserva Natural de las Dunas de Maspalomas y también de las principales zonas de ocio de Playa del Inglés.

www.AlsolTurismo.com
Puedes hacer la reserva en esta web con las mejores condiciones.

- ✓ Cerca de la Playa
- ✓ Renovados recientemente
- ✓ Elección de 13 complejos
- ✓ Gran Servicio
- ✓ Familias y Adultos
- ✓ Diseños modernos
- ✓ Totalmente equipado

Alsol
TURISMO

Facebook: @turismoalsol
Instagram: @alsol_turismo
Teléfono: (+34) 928 775 060



Vista general de San Agustín que fue tomada el pasado martes. Fue uno de los primeros enclaves con una explotación turística preferente. **ARCADO SUÁREZ**

Canarias confía en rozar este año los niveles turísticos de prepandemia

Desde marzo la llegada de visitantes ha cogido impulso y se confía en cerrar este año con entre el 80% y el 90% del turismo de 2019

S.F.

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. El turismo ha vuelto a Canarias y lo está haciendo con fuerza tras dos años de pandemia, en los que las islas han vivido momentos de 'cero turístico' imposibles de imaginar antes de que irrumpiera la covid.

Tanto los extranjeros como los nacionales tienen ganas de viajar y volver al archipiélago, como evidencia el incremento de los viajes a las islas tras la sexta ola y la evolución de las reservas. Sin embargo, existen en el horizonte una serie de nubarrones, como la guerra y la inflación, que podrían jugar en contra y recortar la recuperación que se espera.

De momento, estos factores no se están dejando sentir y las previsiones del archipiélago son muy buenas para el verano y el con-

junto del año.

Si no surgen nuevos imprevistos Canarias podría cerrar 2022 en torno a los diez millones de turistas e incluso superar esta cifra, como contemplan los más optimistas. La previsión es cerrar el año con entre un 80% y un 90% del turismo de 2019.

Dejando a un lado enero y febrero que fueron meses 'muy tocados' por la sexta ola de la covid, desde marzo la situación turística ha mejorado de forma sustancial. En marzo llegaron a las islas casi 1,3 millones de visitantes, entre nacionales y extranjeros. Los foráneos sumaron 1,1 millones, lo que supone once veces más que en 2021, cuando solo llegaron a las islas 100.525 personas. En cuanto a los nacionales, se registraron 117.497.

Si las cifras se comparan con las de 2019, aún están por debajo. Antes del covid, en marzo llegaron a las islas 1,34 millones de extranjeros frente a los 1,1 de este 2022.

Entre enero y marzo, en el acumulado del año, llegaron las islas 2,9 millones de extranjeros. Debido al impacto del covid en



La consejera de Turismo, Yaiza Castilla. **COBER**

enero y febrero, las cifras aún son un 17% inferiores a 2019, pero se confía en recuperar en los próximos meses parte de lo que falta.

Por lo que respecta al turismo peninsular, que es el tercer mercado por importancia de Cana-

rias, las previsiones para este verano son muy optimistas. De hecho, las aerolíneas han programado 3,5 millones de plazas aéreas, lo que supone un 11% más que antes de la pandemia. El incremento en términos absolutos supone 350.000 plazas más.

Respecto a 2021, cuando el turismo peninsular creció en las islas al realizar menos viajes al extranjero, el alza de las plazas es de un 24,5%. Y, aunque algunos de estos asientos no son ocupados por turistas nacionales sino por los propios canarios para sus desplazamientos, este verano 2022 pueden alcanzarse cifras récord de turismo nacional.

De hecho, nunca antes se habían programado con las islas tantas plazas, ni se gozaba de tantas aerolíneas y rutas con destinos peninsulares. «Es de esperar que en 2022, con la pandemia ya superada, gane peso el número de viajes a otra región o al extranjero pero éstas no alcanzarán los niveles de prepandemia», apunta la consejera de Turismo del Gobierno de Canarias, Yaiza Castilla, que confía en que Canarias se beneficie con fuerza este año de las ganas de viajar «a un destino seguro y con un clima excepcional».

Según detalla la consejera, una de los cambios que trajo la pandemia en positivo es que ha aumentado los días de estancia y en esa línea se tiene que seguir trabajando. Según la plataforma Airbnb, las estancias de 28 días o más son las que más crecen. «Estos datos refuerzan el trabajo que llevamos haciendo desde Turismo de Canarias a la hora de diversificar nuevos segmentos turísticos», indica Castilla.



Poniéndotelo fácil

Precio Especial para Residentes • Alquiler de coches en todas las islas

Los mejores precios de canarias

- Precios sin costes ocultos
- Seguro a todo riesgo disponible
- Modificaciones y cancelaciones gratis
- Kilometraje ilimitado
- No pagues hasta recoger tu vehículo
- Conductor adicional gratis
- Impuestos incluidos
- Sin sorpresas**

www.orlandorc.com • 902107062



El Abanico
Playa del I

La exposición se puede visitar en la sede del Rectorado de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. JUAN CARLOS ALONSO

La huella gráfica de una transformación que cambió la historia económica

La ULPGC bucea en la evolución urbanística de la zona turística con una exposición sobre el arquitecto De la Peña y el fotógrafo Fachico

CANARIAS7

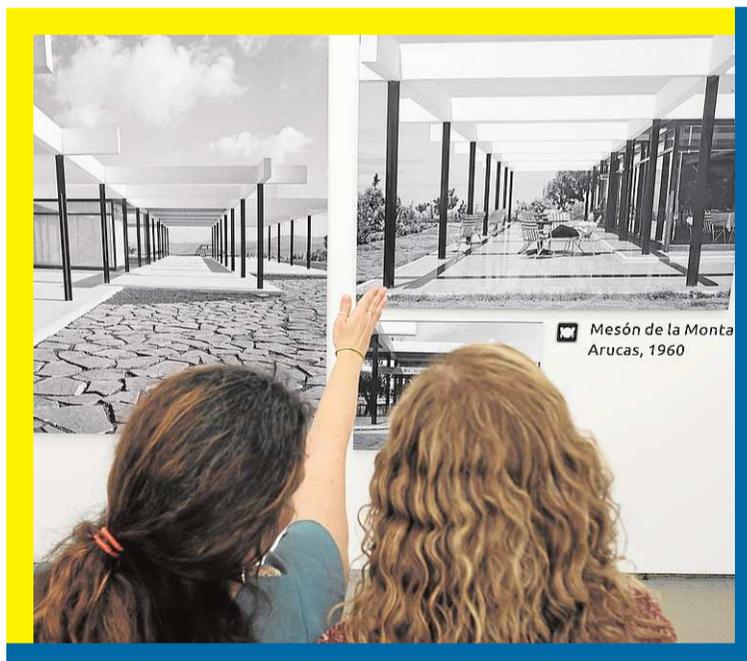
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. Para ver cómo fue la evolución de la zona turística por excelencia de Gran Canaria en el último medio siglo, nada mejor que echar mano de la huella fotográfica. En ese sentido, la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC) ha puesto en marcha la exposición 'Fachico y De la Peña, convergencias modernas', que vuelve a unir las miradas del fotógrafo Francisco Rojas y el arquitecto modernista Manuel de la Peña, quienes trabajaron juntos durante el boom turístico y la metamorfosis del sur de Gran Canaria, especialmente de Maspalomas, durante los sesenta y setenta.

En la presentación este mes de la muestra, la comisaria de la misma, Gemma Medina, explicó

que se trata de la primera vez que se da visibilidad a la colaboración que existió entre el arquitecto y el fotógrafo, «fundamental» para la carrera de ambos, que estuvo asociada al boom turístico y a la apertura del régimen franquista, que utilizaba el turismo como industria incipiente para cambiar la imagen sobre España.

«En esa combinación de factores, Manuel de la Peña, recién llegado de Madrid, comienza a desarrollar su trayectoria en Canarias intentando conectar con la modernidad, que resurgía, y al mismo tiempo apropiándose del turismo como paraguas para desarrollar la experimentación e innovación que caracterizó su carrera», apuntó la comisaria, quien para montar la muestra, que se puede visitar en el Rectorado de la ULPGC, tuvo que bucear en un archivo de más de 243.000 fotografías.

Es en ese momento, detalló, cuando conoce a Fachico, un fotógrafo en aquel momento aficionado, De la Peña le propone que se profesionalice, forme parte de su estudio y realice las fotos que



Asistentes a la exposición. EFE

recojan su trabajo arquitectónico. «El estudio de De la Peña era un foco de innovación de la arquitectura modernista en aquel momento y la mirada de Fachico sirvió para defender la obra del arquitecto», ha apostillado Medina, que ha lamentado que

muchos de los edificios que realizó De la Peña y que retrató Fachico ya no existen en la actualidad, por lo que «solo queda» el testimonio gráfico del fotógrafo.

La comisaria calificó como «fantástica» la convergencia que se dio entre dos profesionales, a su

juicio, «muy vinculados al momento en el que vivían y muy modernos en el pleno sentido de la palabra», con una colaboración que se prolongó durante más de 10 años «y que los unió al desarrollo turístico de Maspalomas y a la urbanización del territorio sur de la isla».

Medina destacó que en España, durante esa época, todavía no era común esa simbiosis entre arquitecto y fotógrafo que sí se daba en el contexto internacional, donde profesionales como Miers van der Rohe o Richard Neutra sí contaban con un fotógrafo especializado y de confianza que retratase sus obras.

La muestra se divide en tres salas que explican, por un lado, la figura de Fachico y del estudio de De La Peña y, por otro, la colaboración entre ambos a través de las fotografías de los edificios que proyectó el arquitecto y que incluyen, entre otros, La Rotonda, Nueva Suecia, el Hotel Folías o Los Caracoles.

«La idea fue dar visibilidad a las convergencias modernas, los elementos en los que confluyen ambos profesionales, las tendencias publicitarias, los movimientos estéticos internacionales o la importancia de la naturaleza», especificó Medina, que tomó como referencia para organizar la muestra una carpeta encontrada en el estudio de De la Peña encargada al diseñador catalán Enric Satué.



,
inglés, 1965



Finca Condal el lugar ideal para celebraciones

La Finca Condal, es un conjunto arquitectónico del siglo XVII donde podrás descubrir la historia de los últimos 500 años de Gran Canaria

Vuelven los grandes eventos a la Finca Condal, ¡Te esperamos!

Carretera GC-500, Km 2,2 - Juan Grande
Tlf.: 639 418 075 · Mail: montsevintia@gmail.com · www.fincacondal.com


**FINCA
CONDAL**
Museo · Eventos



El trabajo de la Cámara de Comercio de Gran Canaria en el impulso de las empresas turísticas

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Canarias7. Gran Canaria recibe cada año millones de visitantes atraídos por muchas singularidades de la Isla, por ser uno de los destinos más importantes de Europa, y por supuesto por contar con joyas como Maspalomas, por la que hoy estamos celebrando el 60 aniversario de la creación de su marca local.

El Turismo es sin duda el sector clave de nuestra economía con una aportación del 59% al PIB, directamente e indirectamente, y una indudable capacidad de creación de empleo. Esta dinámica ha convertido a este sector en un importante motor económico con muchísimas fortalezas, con una gran capacidad de resiliencia y recuperación tras los momentos de crisis.

Es una realidad que la pandemia ha golpeado al sector, pero el tiempo que estuvimos confinados, sin poder viajar por las restricciones de movilidad, ha provocado que muchos turistas estén más abiertos que nunca a vivir experiencias nuevas. Por lo tanto, la evolución del turismo como sector económico al alza, dibuja un escenario de oportunidades para el destino y las empresas que lo componen, y estas circunstancias no podemos dejarlas pasar.

Dada la importancia de esta actividad para nuestra economía, la Cámara decidió hace más de 10 años, no solo constituir una Comisión de Turismo que aglutinara a empresas de relevancia para la industria, sino también crear un departamento técnico que ofreciera soporte específicamente a esta Comisión y a las empresas del sector turístico en general.

Servicios gratuitos específicos para empresas turísticas

La Cámara de Comercio de Gran Canaria, presidida por José Sánchez Tinoco, siempre ha prestado especial atención al sector turístico. La Comisión de Turismo de la Cámara, integrada por una treintena de empresas canarias de toda la cadena de valor del sector, y por representantes de instituciones con competencia en materia turística, lleva más de 10 años de mandato, trabajando una estrategia específica, basada en la generación de confianza y el trabajo colaborativo.

Durante todo este tiempo la estrategia de trabajo ha estado basada en la escucha del sector y en la oportunidad de aportación activa de los empresarios. El presidente de la Comisión, Santiago de Armas, asegura que existen muchos objetivos que alcanzar, como ser más influyentes en el desarrollo de una política turística europea, que re-



Última Comisión de Turismo de la Cámara de este mandato. C7



Misión comercial a Islandia, con las consejeras de Turismo y Economía, Yaiza Castilla y Elena Máñez. C7

El departamento de Turismo de la Cámara ofrece apoyo técnico a la Comisión, con servicios gratuitos específicos para empresas turísticas

gule determinadas normas que potencien el movimiento turístico, con un tratamiento específico para Canarias.

El departamento de Turismo de la Cámara ofrece apoyo técnico a la Comisión, con servicios gratuitos específicos para empresas turísticas, centrados en áreas de interés para promover la mejora perma-

nente de la competitividad de las empresas: información, innovación, promoción exterior e internacionalización, formación y calidad.

Búsqueda de recursos para proyectos de innovación

En materia de Innovación, a través de la adhesión a la Red Canaria de Centros de Innovación y Desarrollo Empresarial (Red CIDE), una iniciativa de la consejería de Economía, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, impulsada por la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información, la Cámara acompaña a las empresas del sector turístico, y también a empresas de otros sectores con proyectos para el turismo o emprendedores con pro-

yectos en este sector, en su proceso de innovación. Principalmente, la Cámara ofrece un servicio de información, de asesoramiento de proyectos de innovación, búsqueda de financiación y de socios para los proyectos, búsqueda de colaboraciones con centros de conocimiento, asesoramiento en cuanto a la estrategia de innovación de la empresa, organización de jornadas informativas y publicación de casos de éxito, con una media de 50 proyectos de innovación turística asesorados al año.

Asimismo, a través del Clúster Turismo Innova Gran Canaria, la Cámara ofrece un servicio de impulso, asesoramiento y búsqueda de recursos para proyectos de innovación de naturaleza colaborativa, un aspecto cada vez más presente en las políticas e instrumentos de financiación europeos.

La calidad de los establecimientos y los destinos constituye un elemento de diferenciación y un mecanismo de fidelización de los clientes. A través de un acuerdo con Turismo de Gran Canaria, la Cámara es gestor del proyecto de Turespaña Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED), un sistema de calidad gratuito para las empresas que formen parte de la experiencia del turista. A través de esta gestión, se integra un nuevo servicio a disposición de la industria turística, que redundará en la aportación de herramientas para la mejora permanente de las empresas.

Mesa para la Coordinación de Proyectos Turísticos

La Cámara también trabaja la promoción internacional de las empresas del sector turístico, con la organización de acciones de promoción exterior (visitas a ferias, jornadas profesionales de promoción en nuestros mercados emisores, misiones comerciales, misiones inversas, etc.), trabajando intensamente para contribuir en la atracción de turismo hacia la Isla, la apertura de nuevos mercados y la implantación de las empresas grancanarias en mercados exteriores.

Con respecto a la interlocución con otras entidades, la Cámara ha creado una Mesa para la Coordinación de Proyectos Turísticos, de carácter público-privado, que puedan desarrollarse con cargo a los Fondos Next Generation.

Este año la Cámara tiene previsto realizar acciones que van desde la organización de jornadas informativas sobre la importancia del dato para una nueva forma de gestionar las estrategias empresariales, hasta acciones para el abordaje de nuevos mercados de largo radio, pasando por la oportunidad de apoyar eventos que sigan posicionando a Gran Canaria como generadora de conocimiento turístico, tales como el Congreso de Islas Turísticas o el Foro Internacional de Turismo Maspalomas Costa Canaria.